บทความวิจัย

นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี

Environmental Policy, Social Values and the Awareness of Environmentally Friendly Products that Influence Consumer Behavior in Choosing Packaging in The Digital Agein Nonthaburi Province

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล[1*]

Saowanee Srichannil[1*]



[1] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ นนทบุรี 11130

[1] Faculty of Administration, Nonthaburi, 11130, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: sasric@rpu.ac.th

(Received: September 29, 2024; Revised: January 8, 2025; Accepted: January 9, 2025)

https://doi.org/10.55164/pactj.v38i2.275894

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) ศึกษาอิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี 400 คน สุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอนโดยแบ่งชั้นภูมิและสุ่มตามสะดวก เครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.821 ใช้ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.05, SD=0.37) 2) ค่าน้ำหนักของผลกระทบของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (.357) การตระหนักรู้ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.352) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.272) การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.190) และการตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.076) ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 73.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26.7 มาจากปัจจัยอื่น

คำสำคัญ: นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) opinions on the level of promotion policy from government of social values and perception of environmentally friendly products, 2) the influence of government promotion policies, social values, and awareness of environmentally friendly products on consumer packaging choices in the digital era in Nonthaburi Province. The sample consisted of 400 consumers in Nonthaburi by multistage sampling, including stratified and convenience sampling. The instrument used is a questionnaire with a reliability coefficient of 0.821. Mean, standard deviation, and multiple regression analysis utilized for data analysis. Results found that opinions on the level of promotion policy from government of social values and perception of environmentally friendly products of customer in the digital era in Nonthaburi was at a high level in overall ($\overline{X}$=4.05, SD=0.37). The impact weights (Beta) of promotion policy from government (.357), perception of knowledge and understanding the environmental problems (.352), social values in using environmentally friendly products (.272), perception of behavior to environmentally friendly products (.190), and perception of sentiment to the environmental problems (.076), respectively affected on packaging selecting behavior of customer in the digital era in Nonthaburi with statistically significant at the .05 level. This could explain the variation of dependent variables with 73.3 percent and the remaining of 26.7 percent from other factors.

Keywords: Promotion policy from government, Social values, Perception of environmentally friendly products, Packaging selecting behavior

บทนำ

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นปัญหาสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาขยะล้นเมือง มลพิษทางอากาศ และมลพิษทางน้ำ เป็นต้น โดยปัญหาดังกล่าวเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในประเทศ จึงทำให้เกิดการอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนประชากร ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญในปัจจุบัน คือ ปริมาณขยะเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเกิดจากการอุปโภคบริโภคจากการใช้บรรจุภัณฑ์ในการห่อหุ้มสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อน [1] โดยกลุ่มที่มีปริมาณมากที่สุด คือ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ในแต่ละวัน ผู้บริโภคใช้พลาสติก โฟม เมลามีน เป็นภาชนะและหีบห่อบรรจุอาหารและสินค้าเกือบทั้งหมดเพราะราคาที่ถูกและหาซื้อได้สะดวก [2] นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ โดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้จัดทำแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2566-2570 เพื่อตอบสนองต่อปัญหามลพิษและปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 เน้นการจัดการสภาพแวดล้อมเมืองและมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับมีเป้าหมายให้ขยะมูลฝอยชุมชนได้รับการจัดการอย่างถูกต้องถึงร้อยละ 80 รวมถึงการจัดการขยะอันตรายและขยะติดเชื้อตามหลักวิชาการ [3] ทั้งนี้รัฐบาลยังเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในสังคม และการสร้างฐานข้อมูลพลาสติกของประเทศเพื่อนำไปสู่การจัดการขยะอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญ คือ การควบคุมมลพิษจากปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม (กรมควบคุมมลพิษ, 2562) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสิ่งแวดล้อมและมลพิษจากขยะมูลฝอยที่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภคของผู้คน ถือเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องตระหนักและให้ความสำคัญของผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม การตระหนักรู้มีความหมายเท่ากับความสำนึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความคิด และความปรารถนาที่เกิดจากการรับรู้ โดยมีการแบ่งองค์ประกอบของการตระหนักรู้ออกเป็น 3 ส่วน ตามทัศนะของ Breckler [4] ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ซึ่งพัฒนาเพิ่มขึ้นตามประสบการณ์ 2) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและค่านิยม 3) พฤติกรรม (Behavioral Component) ที่เป็นการแสดงออกจากสิ่งเร้าหรือแนวโน้มที่บุคคลจะแสดงออก [5] และ [4] และจากการวิจัยของ Lazarenko [6] พบว่าค่านิยมทางสังคมขับเคลื่อนการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีขยะประมาณ 2,065 ตันต่อวัน โดยมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ชลบุรี นครราชสีมา หากมีการวิจัยในจังหวัดนนทบุรีจะทำให้ทราบเกี่ยวกับอิทธิพลนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่สำคัญในการลดปริมาณขยะ จะได้ผลการวิจัยที่หน่วยงานภาครัฐสามารถประเมินผลของนโยบายในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม ในการกำกับดูแล สร้างค่านิยมทางสังคมให้ภาคเอกชน ผู้ประกอบการตลอดจนผู้บริโภคให้หันมาตระหนักให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อลดจำนวนขยะในจังหวัดนนทบุรีลง และสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปกำหนดแนวทางหรือนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและด้านอื่นที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรีต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่นใน

ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใส่ใจสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิต การใช้ไปจนถึงการสิ้นสภาพยังสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่

ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Eco Product) ถือเป็นผลผลิตของแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ นักวิจัยหลายท่านได้เสนอว่าผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะต้องมีหลักการ 4Rs ได้แก่ [7]

1) การลดการบริโภค (Reduce) การลดใช้วัตถุดิบหรือเลือกใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่ามากที่สุด ในการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในกระบวนการผลิต รวมถึงทำให้ผลิตภัณฑ์ลดการใช้พลังงานในระหว่างการใช้งาน หรือทำให้ผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กลงก่อนจะกลายเป็นขยะเพื่อลดพื้นที่ของขยะนอกจากนั้นวัสดุที่เหลือใช้ต่าง ๆ ก็จะนำมาเป็นวัสดุในการออกแบบหรือใช้ทดแทนเพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยลงทั้งพลังงานรวมถึงทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เช่น ป่าไม้ เป็นต้น

2) การนำมาใช้ใหม่ (Reuse) หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์หรือส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้งานเรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นจะนำเข้าสู่ขั้นตอนการนำกลับมาใช้ใหม่โดยไม่ผ่านการแปรสภาพใด ๆ สามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทเดิมและผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่

3) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เป็นการใช้วัสดุที่ใช้งานแล้ว นำกลับมาใช้อีกครั้งโดยผ่านกระบวนการผลิตใหม่ หรือแปรสภาพ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้งานผลิตใหม่ได้ โดยที่สิ่งนั้นจะไม่กลายเป็นขยะและเพื่อลดวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต

4) การซ่อมแซมของเก่าให้กลับมาใช้งานได้อีก (Repair) คือการทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นง่ายต่อการซ่อมแซม ซึ่งถ้าผลิตภัณฑ์นั้นซ่อมแซมได้ง่าย ก็จะสามารถยืดอายุการใช้งาน ทำให้ไม่จำเป็นจะต้องเปลี่ยนใหม่ จึงไม่เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเงินและทรัพยากรธรรมชาติ

หลักการพื้นฐานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Design) คือการประยุกต์หลักการของ 4Rs ได้แก่ การลด การใช้ซ้ำการนำกลับมาใช้ใหม่และการซ่อมบำรุง ซึ่งทั้ง 4Rs จะใช้ในทุกช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ช่วงการวางแผนผลิตภัณฑ์ช่วงการออกแบบช่วงการผลิตช่วงการนำไปใช้และช่วงการกำจัดผลิตภัณฑ์เมื่อเสื่อมสภาพแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั่วไปจะมุ่งเน้นผลตอบแทนเรื่องความต้องการของผู้บริโภคและผู้ผลิตก่อนเสมอ และจะพิจารณาเรื่องต้นทุน ประโยชน์การใช้งานความสวยงามรวมถึงเรื่องของกำไรเป็นหลัก แต่จากแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจนั้นนำไปสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีแนวคิดด้านอื่น ๆ ที่จะต้องพัฒนาเพิ่มมากขึ้น คือแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและจริยธรรม จึงทำให้เกิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศเศรษฐกิจขึ้น โดยแนวคิดนี้เริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1980 [7]

Green Packaging เทรนด์บรรจุภัณฑ์ ยอดนิยมเพื่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์นอกเหนือจากการทำหน้าที่ปกป้องสินค้า สร้างความสะดวกสบาย และสื่อสารทางการตลาดแล้วนั้น จะดีแค่ไหนถ้าวันนี้ผู้ประกอบธุรกิจจะหันมาใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว เพื่อส่งมอบความสวยที่เป็นมิตรกับโลกและสิ่งแวดล้อม ด้วยเทรนด์ใส่ใจอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในหลายประเทศเริ่มที่จะใส่ใจในการผลิตบรรจุภัณฑ์ Green Packaging เพื่อให้ความสำคัญกับการที่จะช่วยดูแลรักษาโลก ด้วยการลดมลภาวะต่าง ๆ ทำให้บรรจุภัณฑ์ต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนี้ด้วย [8]

บรรจุภัณฑ์สีเขียวทางเลือกใหม่เพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการทำหน้าที่ปกป้องสินค้าที่อยู่ภายในแล้ว ยังเป็นสื่อกลางในการสื่อสารทางการตลาดอีกด้วย สินค้าทุก ๆ ชนิดจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ ในอดีตนั้นเป็นเพียงสิ่งที่ห่อหุ้มและปกป้องผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ทุกวันนี้กล่องบรรจุภัณฑ์ได้กลายมาเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีดีไซน์ที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตา ในปัจจุบันมิติใหม่แห่งการทากล่องบรรจุภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก ไม่เพียงเท่านั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยุคใหม่ยังต้องคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ตั้งแต่เรื่องของการเลือกใช้วัตถุดิบ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องของขนาดและน้ำหนักตลอดจนกระบวนการผลิต ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จนกระทั่งถึงกระบวนการกำจัดทิ้ง ทำลายเมื่อหมดอายุการใช้งานตามวัฏจักร [9]

สมมติฐานการวิจัย

นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 3) การตระหนักรู้ต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม รายละเอียดของกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงดัง Figure 1

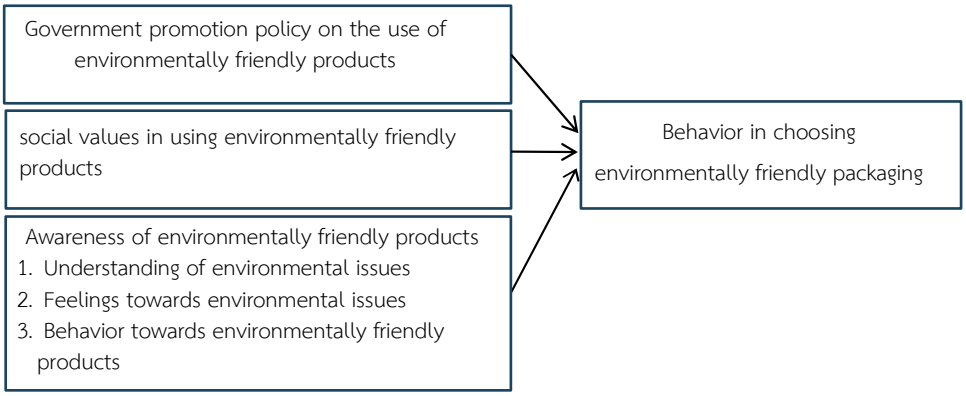


Figure 1 Conceptual Framework

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษานโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จังหวัดนนทบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เป็นประชาชนในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,295,916 คน [10]

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เป็นประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane T. [11] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับค่าความคลาดเคลื่อน (e) 5% ซึ่งการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้อำเภอในจังหวัดนนทบุรี ทั้ง 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภอปากเกร็ด เป็นเกณฑ์ในการแบ่งและสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละอำเภอ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามข้อคำถามซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยมีคำถามคัดกรองเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 1 ข้อ และข้อคำถามอื่นจำนวน 6 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้ และที่อยู่อาศัย (อำเภอ) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐในใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ความรู้สึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 3) พฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ข้อคำถามด้านละ 5 ข้อ รวมจำนวน 15 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดโดยแบบสอบถามตอนที่ 2 – ตอนที่ 4 โดยความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด [12] การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) พบว่า ค่าของดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) [13] แต่ละข้อมีค่าอยู่ในช่วง 0.67-1.00 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากนำเครื่องมือไปแก้ไขแล้วนั้น จึงได้นำมาทดสอบคุณภาพเครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค [14] จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.756 ถึง 0.920 ค่าความเชื่อมั่นเฉลี่ยของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.821

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 5 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยการลงสำรวจพื้นที่ในแต่ละอำเภอ ซึ่งประกอบด้วย 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี (111 ตัวอย่าง) อำเภอบางกรวย (46 ตัวอย่าง) อำเภอบางใหญ่ (51 ตัวอย่าง) อำเภอบางบัวทอง (90 ตัวอย่าง) อำเภอไทรน้อย (23 ตัวอย่าง) และอำเภอปากเกร็ด (78 ตัวอย่าง) รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม 2566

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลรวมจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่านิยมทางสังคม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยสืบค้นจากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต Google และ Google Scholar ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiJO แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ฐานข้อมูลประชากร จากสำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง สำนักงานจังหวัดนนทบุรี สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกรมควบคุมมลพิษ จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลระดับนโยบายการส่งเสริมการส่งเสริมจากภาครัฐในใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

4.2 สถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยและนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาอธิบายอ้างอิงไปสู่ประชากรผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression method) แบบ Enter รวมทั้งการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณซึ่งเป็นสถิติที่ต้องวิเคราะห์ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.05, SD=0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ รัฐส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ กับทั้งภาคประชาชน เอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการจัดการสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=4.18, SD=0.82) ได้รณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน ภาคเอกชน ตลอดจนขององค์กรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\overline{X}$=4.17, SD=0.84) และรัฐได้มีการออกกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับให้ประชาชนดำเนินการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพ ($\overline{X}$=4.07, SD=0.81) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 1

Table 1 The opinions about government promotion policies for environmentally friendly products

Government promotion policy	$\overline{x}$	SD	Level	Rank
1. The government promotes knowledge and understanding among the entire public sector, private sector and related agencies to achieve cooperation in management for environmentally friendly products	4.18	0.82	High	1
2. The government has public relations campaign through social media Helps provide information about environmentally friendly products to the public, the private sector, and related organizations and agencies	4.17	0.84	High	2
3. The government has tried to change citizens' behavior by creating motivation and participation from all sectors in integrated plastic waste management.	3.98	0.85	High	5
4. The government has promoted the reuse of plastic waste (Circular Economy) by research to develop innovative technology for concrete waste management.	3.86	0.97	High	8
5. The government has enacted laws, rules and regulations for citizens to manage plastic waste efficiently.	4.07	0.81	High	3
6. The government Legislate, rules and regulations for the private sector or related agencies to manage plastic waste efficiently.	3.95	0.93	High	6
7. The government promotes the private sector by giving tax breaks, providing low interest loans, collection of fees for environmentally friendly products/ friendly packaging.	3.72	0.91	High	10
8. The government supervises the private sector and related agencies to monitor and evaluate plastic waste management operations to ensure compliance with the law and does not affect the environment	3.87	0.93	High	7
9. The government supports the budget system, including investment from the private sector, environmental funds both domestically and international for management and operations about plastic waste	3.98	0.89	High	4
10. The government encourages manufacturers to participate in complete plastic waste management, from design, product distribution, return, collection, reuse, recycling, and waste treatment.	3.81	0.92	High	9
Total	**4.05**	**0.37**	**High**	

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.99, SD=0.43) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ กระแสสังคมให้ความสำคัญกับการนำวัสดุ ผลิตภัณฑ์กลับมาใช้อีก หรือใช้ซ้ำ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะและมลพิษ ($\overline{X}$=4.06, SD=0.91) ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกค้าส่ง หรือร้านสะดวกซื้อ ที่มีนโยบายไม่ใช้ถุงพลาสติก โฟม เป็นสิ่งที่ชื่นชมในสังคม ($\overline{X}$=4.05, SD=0.90) และ มีรู้สึกภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในสังคม ที่ปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงการใช้สิ่งของหรือบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=4.02, SD=0.89) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 2

Table 2 The opinions about awareness of environmentally friendly products

Awareness of environmentally friendly products	$\overline{X}$	SD	Level	Rank
1. Knowledge and understanding of environmental problems	3.93	0.43	High	3
2. Feelings about environmental problems	3.95	0.35	High	2
3. Behavior towards environmentally friendly products	3.99	0.35	High	1
Total	**3.96**	**0.22**	**High**	

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.96, SD=0.22) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=3.99, SD=0.35) ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=3.95, SD=0.35) และ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=3.93, SD=0.43) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 3

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.03, SD=0.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงมาตรฐานรับรองด้านสิ่งแวดล้อมเสมอ ($\overline{X}$=4.12, SD=0.83) หากมีนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทานได้และปลอดภัย เช่น แฮมเบอร์เกอร์พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่ห่อ (Wrapper) ที่สามารถทานได้ ยินดีที่จะซื้อเพื่อเป็นการช่วยลดปริมาณขยะและมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$=4.09, SD=0.81) และ เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบเพื่อให้นำกลับมาใช้ซ้ำได้อีก (Reuse) เพื่อเป็นการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ($\overline{X}$=4.08, SD=0.83) ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดัง Table 4

Table 3 The opinions about awareness of environmentally friendly products, feelings about environmental problems

Awareness of environmentally friendly products, feelings about environmental problems		SD	Level	Rank
1. Feeling concerned about the situation of impacts from environmental problems around the world that are likely to continue to increase in severity.	4.01	0.85	High	2
2. Feeling uncomfortable about increasing waste every year especially plastic waste in Thailand	4.02	0.90	High	1
3. Feeling worried about most product materials have an impact on the environment.	3.89	0.91	High	4
4. Feeling concerned about the distribution of plastic bags for products from the department store, retail stores, wholesalers and convenience stores	3.88	0.83	High	5
5. It's time for all Thai citizens to help reduce the amount of waste and reduce environmental pollution	3.95	0.88	High	3
Total	**3.95**	**0.35**	**High**	

Table 4 The opinions about awareness of environmentally friendly products, behavior towards environmentally friendly products

Awareness of environmentally friendly products, behavior towards environmentally friendly products	$\overline{x}$	SD	Level	Rank
1. If purchasing a product, consider whether the product is environmentally friendly or not.	4.04	0.82	High	1
2. If purchasing a product, consider companies/organizations that cares for the environment and socially responsible	3.96	0.87	High	5
3. Want to be a part of reducing pollution problems by use environmentally friendly products	3.98	0.88	High	4
4. If you have the opportunity to express your opinion or not support people who use not environmentally friendly products	3.99	0.86	High	3
5. Will recommend and invite friends or acquaintance to use environmentally friendly products	4.01	0.88	High	2
Total	**3.99**	**0.35**	**High**	

5. ผลการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย: “นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี” โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์ข้อมูลสมการถดถอยพหุแสดงดัง Table 5 และ Table 6

Table 5 Analysis of multiple correlation coefficients: government promotion policies, social values, and awareness of environmentally friendly products affecting consumer packaging choices in the Digital Era in Nonthaburi Province

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821	.739	.733	.35655

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R=.821) และค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ (Adjust R2 =0.733) โดยตัวแปรนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ทำนายได้ร้อยละ 73.3

Table 6 Environmental policy, social values and the awareness of environmentally friendly products that influence consumer behavior in choosing packaging in the digital age in Nonthaburi Province

Independent Variables	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.245		8.214	.000*		
Policy	.364	.357	9.085	.000*	.400	4.111
Values	.281	.272	12.322	.000*	.691	5.123
Aware_Know	.361	.352	7.576	.000*	.389	4.011
Aware_Feel	.179	.076	11.119	.000*	.226	2.239
Aware_Behav	.192	.190	8.262	.000*	.308	3.330

* Significant at .05 level: Adjusted R^2=0.733, F=79.70

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ (Beta) ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (Policy) เท่ากับ .357 การตระหนักรู้ ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหา

สิ่งแวดล้อม (Aware_Know) เท่ากับ .352 ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Values) เท่ากับ .272 การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Aware_Behav) เท่ากับ .190 และ การตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (Aware_Feel) เท่ากับ .076 ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถมีอิทธิพลในการทำนายตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ได้ร้อยละ 73.3 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 26.7 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ แสดงดังสมการ

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficients)

$$\hat{Z} = \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \ldots\ldots + \beta_P Z_P$$

Behavior = .357(Policy) + .352(Aware_Know) + .272(Values) + .190(Aware_Behav) + .076(Aware_Feel)

Adjust R^2 = 73.3 %

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถแสดงดัง Figure 2

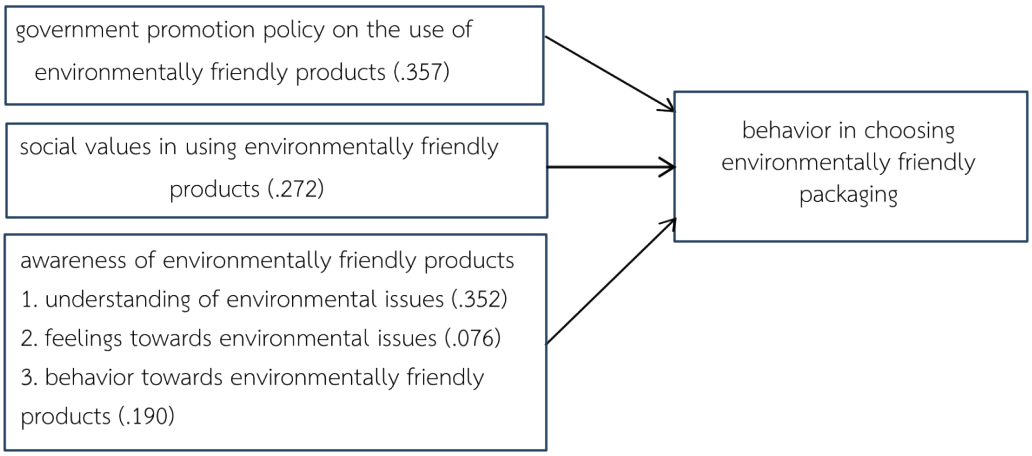


Figure 2 summary of research hypothesis testing results

การอภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวอาจเกิดจากกระแสภาวะโลกร้อนและสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักเกี่ยวกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์มากขึ้น

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีความคิดเห็นในระดับมากต่อนโยบายการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากภาครัฐ โดยผู้บริโภคเห็นด้วยกับการที่รัฐส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และการรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการออกกฎหมายเพื่อจัดการขยะพลาสติกและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ รมยนันท์ จันทร์พานิช [15] ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคเห็นด้วยกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดและการจัดกิจกรรมรณรงค์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการจัดการมลพิษและสิ่งแวดล้อมเมือง (พ.ศ. 2566-2570) [3] ผู้บริโภคต้องการเห็นการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐที่มีความจริงจังและเคร่งครัด ซึ่งจะส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีให้ความสำคัญกับค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการนำวัสดุกลับมาใช้ซ้ำ การสนับสนุนนโยบายไม่ใช้ถุงพลาสติกในร้านค้า และความภาคภูมิใจในการหลีกเลี่ยงบรรจุภัณฑ์ที่ก่อมลพิษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lifang Peng and Shuyi Liang [16] ที่มองว่าค่านิยมทางสังคมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมช่วยเสริมสร้างชีวิตสังคมของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับแนวทาง 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) ของศูนย์บริการสาธารณสุข 17 [17] ที่มุ่งเน้นการลดการใช้ นำกลับมาใช้ซ้ำ และรีไซเคิลเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีการตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากการตระหนักรู้ด้านพฤติกรรม ความรู้สึก และความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Breckler [4] ที่อธิบายว่าความตระหนักรู้เกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคเริ่มจากการมีความเข้าใจและพัฒนาไปจนถึงการแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ สอดคล้องกับ รมยนันท์ จันทร์พานิช [9] ที่พบว่าคนส่วนใหญ่ในประเทศไทยตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางอากาศ ภาวะโลกร้อน และการจัดการขยะ และรับรู้ถึงความจำเป็นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมจากวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในสังคมและจากสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากการรับรู้ว่าประเทศไทยมีปริมาณขยะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะขยะพลาสติกที่เกิดจากการสั่งอาหารออนไลน์ในช่วงโควิด-19 การแก้ไขปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมต้องมาจากการลดการใช้ (Reduce) ใช้ซ้ำ (Reuse) และนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคในประเทศไทยมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก และมีความห่วงใยในปัญหา

สิ่งแวดล้อม เนื่องจากการสื่อสารในยุคปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากสื่อออนไลน์มากขึ้น

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรีมีความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะความไม่สบายใจเกี่ยวกับปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะขยะพลาสติก และความกังวลต่อสถานการณ์สิ่งแวดล้อมทั่วโลกที่รุนแรงขึ้น ผู้บริโภคเห็นว่าถึงเวลาที่ทุกคนต้องร่วมกันลดขยะและมลพิษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และเชื่อว่ามนุษย์เป็นสาเหตุหลักของการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความโกรธและความรับผิดชอบต่อปัญหาดังกล่าว

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีพฤติกรรมต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการพิจารณาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ การแนะนำและเชิญชวนเพื่อนหรือคนรู้จักให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการแสดงความไม่สนับสนุนผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ [18] ที่พบว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคมีความเข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีมีพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก โดยเฉพาะการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การยินดีซื้อบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทานได้และปลอดภัย เพื่อช่วยลดปริมาณขยะ และการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ พฤกษา ลิ้มสวรรค์ [19] ที่พบว่านักศึกษาและบุคลากรมีพฤติกรรมเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าหากคุณภาพใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ธรรมดา และนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสารเคมี

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 อิทธิพลของนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี

ทั้งนี้นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อาจเนื่องมาจากรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องผ่านการการรณรงค์ การให้ความรู้ และการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ค่านิยมและทัศนคติของสังคมมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างมาก เนื่องจากก่อให้เกิดการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและเห็นคุณค่าของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การตระหนักรู้นี้สามารถเกิดขึ้นได้ผ่าน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุ โดยพบว่า นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ ค่านิยมทางสังคม และการตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักของผลกระทบ ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐ (.357) การตระหนักรู้ ด้านความรู้

ความเข้าใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.352) ค่านิยมทางสังคมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.272) การตระหนักรู้ด้านพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (.190) และการตระหนักรู้ด้านความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม (.076) ตามลำดับ และสามารถอธิบายความผันแปร ได้ร้อยละ 73.3 ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .357 สอดคล้องกับ สุจิตรา จงสวัสดิ์ และคณะ [20] ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การสื่อสารนโยบายสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากรัฐส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจะยิ่งเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงยินดีซื้อบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทานได้หรือรีไซเคิลได้

2. ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .352 สอดคล้องกับ จารุวดี แก้วมา [21] ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ค่านิยมของผู้บริโภคและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยพบว่า ค่านิยมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 55 และในสหภาพยุโรปร้อยละ 66 ยินดีจ่ายมากขึ้นสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคต้องการความโปร่งใสและรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีที่ตราสินค้าช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่านิยมทางสังคมมีผลสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. การตระหนักรู้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีค่าน้ำหนักของผลกระทบ .076 สอดคล้องกับการศึกษาของ รมยนันท์ จันทร์พานิช [9] ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การตระหนักรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตระหนักรู้มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ สุจิตรา จงสวัสดิ์ และคณะ [20] ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การตระหนักรู้ในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแสดงให้เห็นว่าการตระหนักรู้มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจังหวัดนนทบุรี องค์ประกอบของการตระหนักรู้ประกอบด้วย 1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม 2) อารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อปัญหานั้น และ 3) พฤติกรรมที่สะท้อนออกมา โดยการมีความรู้และความเข้าใจช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ลึกซึ้งต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในที่สุด

References

[1] Kaewmanee, J. (2017). Survey of need to establish a waste bank within the Yala Rajabhat University for sustainable environmental development. *The Proceedings of the 3rd National Science and Technology Conference: NSCIC 2017,* Yala Rajabhat University. (in Thai)

[2] Wetprasit W. (2564). The Influence of Marketing Mix on Intention to Use Environmentally Friendly Packaging of Restaurant Entrepreneurs in Phetchaburi Province with Environmental Awareness as a Moderating Variable. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University, 11*(2), 90-100. (in Thai)

[3] Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2022). *Environmental Quality Management Plan 2023-2027.* https://www.opsmoac.go.th/kanchanaburi-dwl-files-451991791909 (in Thai)

[4] Breckler, Robert L. (1986). *The Social Work Dictation.* 3rd. Washington, D.C.: NASW Press.

[5] Goods, Carter. V. (1973). *Dictionary of Education.* New York: McGraw Hill.

[6] Lazarenko, Valeria. (2022). Modern prerequisites for forming social environmental value according to behavioristic approach. *Agroėkologičeskij žurnal, https://*doi: 10.33730/2077-4893.2.2022.263327

[7] Patcharametha, T. (2014). Product Design for Environment Friendly. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts), 34*(1), 119 - 135. (in Thai)

[8] Graphic buffet. (2017). *packaging trends.* https: //graphicbuffet.co.th/green-packaging. (in Thai)

[9] Fastboxs. (2018). *Green Packaging: A New Alternative for the Environment.* https: //www.fastboxs.com/บรรจุภัณฑ์ (in Thai)

[10] Department of Local Administration. (2022). *National population statistics.* https: //stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData (in Thai)

[11] Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* New York: Harper and Row.

[12] Srisa-at, B. (2013). *Principle of research.* 9th ed. Bangkok: Suveeriyasan.

[13] Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research.* 2, 49-60.

[14] Vanichbuncha, K. (2007). *Statistical Analysis: Statistics for Management and Research.* 10th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

[15] Chanpanich, R. (2022). *Awareness and factors influencing green productre-purchasing behavior trend of consumerin Bangkok metropolitan area.* http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1807/1/gs612130004.pdf (in Thai)

[16] Peng, L.F., & Liang, S. Y. (2013). *The effects of consumer perceived value on purchase intention in e-commerce platform: A time-limited promotion perspective.* Xiamen University. http: //www.cob.calp oly.edu/~eli/ICEB-JJAW-2013/2-3.pdf.

[17] Public Health Center. (2023). *The 3R's of Waste Management.* https://webportal.bangkok.go.th/healthcenter17/page/sub/17417/สาระน่ารู้/1/info/180949/แนวคิด-3RS-รักษ์โลก

[18] Pinturong, S. (2023). *Attitude and behavior towards green marketing for Thai consumer.* https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3586/1/TP%20MM.017%202563.pdf (in Thai)

[19] Limsawan, P. (2023). Factors influencing environmental conservation behaviors using green products of students and staff from green universities in Nakhon Pathom province. http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3461/1/621220078.pdf (in Thai)

[20] Jongsawat, S., Charoenwiriyakul, Ch., & Wongwiwat, P. (2018). Environmental policy and usage behavior on environmentally friendly products of people in Bangkok metropolis. *The Journal of Development Administration Research, 8*(2), 50–60. (in Thai)

[21] Kaewma, J. (2022). *Consumer values and product categories that influence the decision to buy products using the concept of environmental product design.* http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2987/3/jaruwadee_kaew.pdf (in Thai)